


EMPRESA OXXO EN COLOMBIA

Yesseld Yomara Barbosa Castiblanco  
John Hurtado Orjuela  
María Angélica Hernández Cuenca


Universidad Católica de Colombia  
Bogotá  
2019



## Atribución-NoComercial 2.5 Colombia (CC BY-NC 2.5)



La presente obra está bajo una licencia:  
**Atribución-NoComercial 2.5 Colombia (CC BY-NC 2.5)**  
Para leer el texto completo de la licencia, visita:  
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/2.5/co/>

**Usted es libre de:**



- Compartir - copiar, distribuir, ejecutar y comunicar públicamente la obra
- hacer obras derivadas

**Bajo las condiciones siguientes:**

-  **Atribución** — Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciante (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o que apoyan el uso que hace de su obra).
-  **No Comercial** — No puede utilizar esta obra para fines comerciales.

### **Abstract**

Este documento se centra en realizar un acercamiento al caso de Oxxo como empresa mexicana presente en Colombia y realizar una descripción general que permita dar puntos de comparación de la empresa en México y en Colombia, lo cual resulta relevante debido al buen acogimiento que ha tenido Oxxo en nuestro país.

Se tiene como intención comprender las relaciones del mercado partiendo de conocer la historia de creación de esta cadena de tiendas, el impacto de llegada a nuestro país y las variantes de su crecimiento en el mercado colombiano y a raíz de ello determinar la oferta de productos y servicios ofrecidos en Colombia y en México

**Tabla de contenido**

Introduccion.....	5
Objetivo.....	6
Historia de Oxxo.....	7
Resultados y discusión.....	10
Conclusiones.....	11
Lista de referencias.....	12

## **Introducción**

El presente trabajo, tiene la intención de complementar los conocimientos adquiridos en la formación como especialistas de proyectos a través de este trabajo desarrollado con la experiencia de movilidad académica.

El desarrollo del trabajo pretende lograr un acercamiento a la dinámica del mercado encontrando cambios desde la ubicación territorial de una empresa en este caso particular OXXO, las prácticas culturales de las regiones y los países varían y dichas prácticas de igual forma hacen variar las demandas de los compradores, por ello se hace difícil que una misma empresa tenga el mismo acogimiento en países diferentes, los servicios o productos que oferten.

El rastreo de información está encaminado a dar un parte descriptivo de Oxxo en Colombia y en México, con el fin de enriquecer el conocimiento en materia de la relación de mercados y el lugar en donde se desarrollará la práctica.

## **Objetivo**

### **Objetivo general**

Comparar el crecimiento y diferencias entre las tiendas Oxxo en Colombia y México.

## **Historia de Oxxo**

Uno de los hechos más significativos de la semana, es la apertura por parte de Oxxo de su primera tienda de conveniencia en Colombia en un centro comercial. En efecto, esta marca de origen mexicano abrió su tienda número 84 en Colombia en el centro comercial Calima en la capital, en la que competirá con los gigantes del retail alimenticio, como Almacenes Éxito y La 14.

### **Los orígenes de Oxxo en México**

Oxxo es un palíndromo, es decir, una palabra que se lee de igual manera de derecha a izquierda, y de izquierda a derecha, el logo evoca un carrito de supermercado. El concepto de la tienda, fue creado por una de las familias más influyentes del país azteca propietaria de la Cervecería Cuauhtémoc, el plan era promover ciertas marcas de cervezas, botanas y cigarrillos. En 1994 Oxxo se independizó de la cervecería para convertirse en una empresa más del grupo Femsa.

Femsa (Fomento Económico Mexicano) es una empresa que tiene tres unidades de negocios.

COCA COLA FEMSA, que es el embotellador público, más grande de bebidas de la marca Coca-Cola a nivel mundial, distribuyendo más de 3.3 mil millones de cajas al año. A su vez, es el segundo accionista más importante de Heineken, una de las cerveceras líderes a nivel mundial con operaciones en más de 70 países

FEMSA COMERCIO, que participa en retail a través de tres divisiones: la División Proximidad operando Oxxo, la cadena de tiendas de formato pequeño, más grande y de mayor crecimiento en América Latina administrando más de 18.233 tiendas Oxxo en México, Colombia, Chile y Perú; la División Salud que incluye farmacias Cruz Verde llegando a 2,303 puntos de venta en Chile, Colombia y México; y la División Combustibles con 519 estaciones de servicio OXXO GAS en 16 estados de México.

FEMSA NEGOCIOS ESTRATEGICOS, con las empresas Solistica dedicada a proveer servicios logísticos integrales en los países donde opera. Imbera refrigeración comercial. PTM fabricantes de cajas plásticas, más tres empresas dedicadas a las comercialización de equipos de refrigeración y cocina.

### **FEMSA en Colombia**

Femsa llegó a Colombia en 2003 mediante la compra de la embotelladora de Coca-Cola y la empresa de congeladores y vitrinas refrigeradas Imbera. Su presencia en el país se ha consolidado con el tiempo, además de sus tiendas Oxxo, en 2015 incursionaron con

farmacias, través de la adquisición en Chile de Cruz Verde y Farmisanitas, sector que consolidaron en 2016 con la compra de Droguerías Acuña.

### Las Cifras de Oxxo

La compañía que llegó en 2009 a nuestro país, tiene operación en las ciudades de Bogotá y Bucaramanga y cuenta con 83 tiendas. De acuerdo con el Mapa de Retail 2019, realizado por Mall & retail, sus ingresos en 2018 alcanzaron los \$ 112.924 millones con un crecimiento del 15% y unas pérdidas operacionales de \$ 30.484 millones.

- Número de puntos de venta: 18.233
- Número de clientes que atiende al año: 11.8 millones
- Número de empleados: 129.000 colaboradores.
- Número de tiendas abiertas en 2018: 1.422
- Una nueva tienda se abre cada 8 horas.
- Número de artículos por tienda: 3.200 (Brand, 2019)



## **Oxxo en México**

Dar cuatro pasos seguidos o doblar la esquina y no toparse con una tienda Oxxo es tarea casi imposible en Ciudad de México. Su presencia también es un alivio para los chilangos (persona oriunda de la capital mexicana): allí pueden encontrar desde artículos de limpieza hasta comida precalentada, pasando por una cerveza bien fría para una fiesta casera improvisada.

También enviar y retirar dinero, como si de una sucursal bancaria se tratase, recargar el saldo del teléfono móvil o pagar los billetes de avión. Todo, en un lugar que abre las 24 horas del día, o 15 horas, según las sucursales. En una ciudad acostumbrada hasta su llegada a tiendas abiertas solo hasta las nueve de la noche, no ha tardado mucho tiempo en ganarse el favor de los clientes. Por el camino, ha cumplido con su propósito de llevar uno de sus establecimientos a casi todos los rincones del centro y norte de México. Solo le falta copar el sur, mucho más rural, donde las tradicionales tiendas de ultramarinos y el comercio informal siguen gozando de gran popularidad. Cuestión de tiempo, subrayan hasta tres analistas consultados. De momento, Oxxo ha logrado convertirse en la segunda mayor empresa de comercio al por menor de México, solo por detrás de Walmart, de Estados Unidos

Su rápido crecimiento orgánico, a un ritmo de apertura de una nueva tienda cada siete horas, ha sido complementado en los últimos años con la puesta en marcha de gasolineras aprovechando la reciente apertura a la competencia del mercado de estaciones de servicio. (EL Tiempo, 2017)

### **Resultados y discusión.**

- Notar como Oxxo tiene gran presencia en su país de origen México, la acogida desde el momento de su creación y la gran cantidad de establecimientos en los que está presente en su país denotan su éxito.
- En cuanto a Colombia no ha sido tan extendido su éxito y se debería evaluar las dinámicas del mercado para contar con presencia en más ciudades.
- Dar cuenta que el crecimiento de una empresa trasciende las fronteras sin embargo lograr estabilidad de oferta y demanda en otro país no siempre se logra de manera satisfactoria incursionar en un nuevo mercado

## Conclusiones

- Con la salida internacional a la ciudad de México, Veracruz y Puebla se puede identificar que Oxxo es una tienda posicionada en el mercado mexicano como una opción de compra de víveres, comida rápida y pago de servicios para todo público, podemos ver que estas tiendas no permiten la viabilidad de la creación de tiendas de barrio, ya que estas tiendas pueden estar a una distancia de 100 mts una de otra con apertura 24 horas.
- Con relación a las tiendas OXXO en Colombia se puede identificar que su entrada al país se generó en zonas de paso y de tránsito rápido como universidades e industriales en la que se busca comprar comida rápida golosinas, retirar o generar pago de facturas de forma rápida y ágil,
- La competencia en Colombia Oxxo entra a competir con supermercados como: Justo y Bueno, cooratiendas y tiendas D1, ya que su misión es igual a la mexicana, lo que le complica competir con tiendas de barrio, tiendas que en Colombia son bien posicionadas y culturalmente hacen parte de los barrios.
- Se identifica que México tiene muy marcada la prevención en relación a SISMOS o conatos de Fuego por lo que en todas sus tiendas tienen señalización del cómo deben comportarse en caso de presentarse alguno de estos riesgos, adicional encontramos en un Oxxo cerca de la universidad veracruzana una señalización con el nombre Maniobra de Heimlich.
- También se identifica que en México a las tiendas OXXO le está llegando competencia de origen norte americano con el nombre de SEVEN, en el que la idea de negocio es similar a la de las tiendas OXXO.

### Lista de referencias

Fariza, I: Tiendas Oxxo, un tornado del comercio mexicano. URL

<https://www.eltiempo.com/economia/empresas/tiendas-oxxo-un-tornado-del-comercio-mexicano-132096>

El Tiempo: Colombia: Oxxo abre su primera tienda en un centro comercial. URL

<https://www.america-retail.com/colombia/colombia-oxxo-abre-su-primera-tienda-en-un-centro-comercial/>